Rapport sur les plans et les priorités

Office national du film du Canada

2016-2017

L'honorable Mélanie Joly, C.P., députée
Ministre du Patrimoine canadien

© Office national du film du Canada, 2016
No de cat. NF1-2F-PDF
ISSN 2292-4752

Table des matières

Message de la ministre 1

Message du commissaire 3

Section I : Vue d'ensemble des dépenses de l'organisation 6

Profil de l'organisation 6

Contexte organisationnel 7

Dépenses prévues 14

Harmonisation des dépenses avec le cadre pangouvernemental 16

Dépenses par crédit voté 17

Section II : Analyse des programmes par résultat stratégique 19

Résultat stratégique : Les histoires et les perspectives canadiennes sont présentes dans les médias audiovisuels et rendues accessibles à la population du Canada et du reste du monde. 19

Programme 1.1 : Production audiovisuelle 20

Programme 1.2 : Accessibilité et interaction avec l'auditoire 24

Sous-programme 1.2.1 : Conservation et préservation 26

Sous-programme 1.2.2 : Accès des consommateurs et interaction 28

Sous-programme 1.2.3 : Accès des marchés institutionnel, éducatif, et interaction 30

Sous-programme 1.2.4 : Rayonnement auprès de l'industrie nationale et internationale 33

Services internes 35

Section III : Renseignements supplémentaires 37

État des résultats condensé prospectif 37

Tableaux de renseignements supplémentaires 39

Dépenses fiscales et évaluations 39

Section IV : Coordonnées de l'organisation 41

Annexe : Définitions 43

Notes de fin de document 47

Message de la ministre

Chaque année, les organismes du portefeuille de Patrimoine canadien mettent en valeur le talent des créateurs canadiens et la diversité de notre culture et de notre patrimoine artistique, historique et documentaire. Ces organismes, notamment l'Office national du film (ONF), font preuve d'innovation dans la réalisation de leur mandat. Ils contribuent ainsi à mener à bien les priorités du gouvernement et à promouvoir nos deux langues officielles. Ils favorisent également la réussite du virage numérique dans des projets variés, tout en réaffirmant nos valeurs de respect et d'ouverture dans l'ensemble de leurs activités.

Depuis plus de 75 ans, l'ONF joue un rôle unique en tant que producteur et distributeur public d'œuvres audiovisuelles qui présentent un point de vue authentiquement canadien et reflètent la diversité linguistique et culturelle du pays. En présentant des œuvres avant-gardistes qui misent sur la créativité et l'innovation, l'ONF s'est imposé en tant que chef de file en documentaire, en animation et en œuvres interactives. L'année 2017, qui marquera le 150e anniversaire de la Confédération, sera l'occasion pour l'ONF de mettre en valeur le patrimoine audiovisuel canadien. Pour cela, l'organisme misera sur l'innovation en développant son offre et ses outils numériques, en explorant d'autres formats de production, ainsi qu'en continuant de faire de sa présence et de ses interactions avec le public canadien une priorité.

À titre de ministre du Patrimoine canadien, je suis heureuse de vous présenter le *Rapport sur les plans et les priorités de 2016-2017* préparé par l'ONF. Je vous encourage à parcourir ce rapport pour avoir un aperçu des activités et des responsabilités de l'ONF au cours de la prochaine année.

L'honorable Mélanie Joly

Une note sur le *Rapport sur les plans et les priorités de 2016-2017*

Le présent *Rapport sur les plans et les priorités de 2016-2017* de l'Office national du film du Canada (ONF) fournit de l'information sur la façon dont l'ONF compte appuyer le gouvernement pour la réalisation de notre programme au cours de l'année qui vient. J'ai la ferme conviction que l'ONF est prêt à m'appuyer et à collaborer avec nos partenaires, tant à l'intérieur qu'à l'extérieur du gouvernement, afin de respecter ses engagements envers les Canadiens. Cependant, comme nous nous sommes engagés à faire une reddition de compte plus efficace, le rapport de cette année sera le dernier présenté selon le cadre existant de présentation des rapports.

Le premier ministre et le président du Conseil du Trésor cherchent à simplifier et à rendre plus efficaces les processus redditionnels de manière à ce que le Parlement et les Canadiens puissent suivre les progrès du gouvernement dans ses efforts pour offrir de réels changements à la population. À l'avenir, les rapports de l'ONF au Parlement seront davantage transparents en ce qui a trait à la façon dont nous utilisons nos ressources pour remplir nos engagements et produire des résultats concrets au profit des Canadiens.

Ces nouveaux mécanismes redditionnels permettront aux Canadiens de suivre plus facilement les progrès accomplis par l'ONF dans la réalisation de ses priorités, lesquelles ont été précisées dans la lettre de mandat que le premier ministre m'a envoyée.

L'honorable Mélanie Joly

Message du commissaire

Alors que s'amorce l'année 2016-2017, l'ONF demeure tourné vers l'avenir avec audace et ambition, et ce, en déterminant ses orientations pour les prochaines années. Qu'il s'agisse de maintenir le leadership mondial de l'ONF en matière de création et d'innovation, de placer les auditoires au cœur des actions ou de poursuivre le développement des plateformes numériques, les priorités sont claires et le travail, déjà amorcé.

Le travail qu'accomplit l'ONF en matière de programmation en produisant des documentaires à caractère social, des œuvres interactives innovantes ainsi que des films d'animation et des expériences immersives d'auteur démontre qu'en tant que producteur public, nous avons toujours su nous réinventer pour demeurer engageant et pertinent pour la population canadienne. Nous pouvons cependant aller plus loin et la prochaine année sera l'occasion d'explorer de nouvelles façons de créer et de raconter des histoires, renforçant ainsi notre leadership en matière de création et d'innovation à l'échelle nationale et internationale.

Au fil du temps, les œuvres produites par l'ONF ont formé l'une des plus importantes collections audiovisuelles du monde. Constituée de plus de 13 000 titres, cette collection, dont les débuts remontent aux années 1940, représente un patrimoine inestimable pour l'ensemble des Canadiens et pour la communauté internationale. C'est un témoignage de notre histoire collective. La conservation et l'accessibilité de cette collection pour le public et les générations futures est primordiale pour l'ONF.

Le virage numérique entrepris en 2009 a permis à l'ONF de se tailler une réputation de chef de file dans le domaine de la conservation et de l'archivage de contenu numérique. Ce virage s'est concrétisé par le lancement de l'Espace de visionnage en ligne ONF.ca, par la création d'une collection d'œuvres interactives, mais aussi par le développement de différentes applications. Le résultat a notamment attiré l'attention du milieu technologique et a permis à l'ONF de participer à des conférences importantes dans ce secteur. Il va sans dire que notre expertise a contribué au rayonnement du savoir-faire canadien en la matière. L'année 2016-2017 sera marquée par la dernière phase de notre plan de numérisation et de conservation, ce qui rendra accessible la majeure partie de ce patrimoine audiovisuel au public canadien. Cependant, le rythme des transformations demeure inchangé et, pour cette raison, l'ONF élaborera une nouvelle vision stratégique en matière de développement technologique, ce qui lui permettra de relever les défis que lui posent les technologies en constante évolution et les besoins changeants des auditoires.

Un autre des objectifs poursuivis par l'ONF pour les années à venir est d'établir une relation significative et un engagement avec la population canadienne en assurant le rayonnement et la portée de ses œuvres. L'objectif n'est pas seulement de rejoindre le public, mais d'entamer une conversation avec lui afin qu'il s'approprie les œuvres. À cet effet, l'ONF enrichira sa plateforme numérique de diffusion et continuera à développer CAMPUS, son portail destiné spécifiquement au milieu éducatif. L'enrichissement de l'offre éducative, notamment avec l'élaboration de nouveaux cours en ligne et de classes virtuelles, sera l'une des priorités de l'année 2016-2017.

Afin de continuer à offrir une vision pertinente de la diversité culturelle du pays aux Canadiens et au reste du monde, il est important de rejoindre des créateurs issus des différentes communautés canadiennes pour refléter une diversité de points de vue, de réalités et de perspectives. À cet effet, l'ONF continuera de travailler dans les deux langues officielles et maintiendra son engagement auprès des communautés francophones et anglophones en situation minoritaire en mettant notamment en œuvre son nouveau plan d'action 2016-2018 des langues officielles. C'est aussi en tant que chef de file de la production d'œuvres réalisées par des cinéastes et artistes autochtones que l'ONF entend contribuer au rayonnement du renouveau de l'expression culturelle autochtone, mais aussi à la mise en valeur de leur contribution au patrimoine audiovisuel canadien.

Depuis sa fondation, l'ONF a relaté les moments clés de la vie de la nation, véritable témoin de ce qui fait le Canada, son histoire et ses valeurs. L'année 2016-2017 marquera le début des festivités du 150e anniversaire de la Confédération, une importante célébration pour les Canadiens et les Canadiennes. En prévision de cette année anniversaire, l'ONF créera des expériences novatrices de grande envergure, qui permettront aux citoyens d'avoir une fenêtre unique sur leur héritage, leur patrimoine.

L'ONF continue de préparer le déménagement de son siège social dans le Quartier des spectacles, au centre-ville de Montréal, prévu pour le deuxième trimestre de 2018. Il s'agit d'une relocalisation au cœur de la vie culturelle de la ville, dans un lieu propice aux échanges autant avec le public qu'avec l'industrie et les créateurs du cinéma et des autres arts, à Montréal, ailleurs au pays et dans le monde.

C'est avec enthousiasme que l'ONF a accepté l'invitation du président du CRTC à coprésider le Sommet de la découvrabilité, un événement d'envergure internationale, en mai 2016. Ce forum sur les enjeux de la découvrabilité est une occasion unique de susciter une réflexion à propos de l'impact des technologies numériques, tant sur les contenus produits que sur la manière de rejoindre le public et d'engager une véritable relation avec lui. Pour l'ONF, ce sera aussi une occasion, à titre de producteur et de distributeur public, de partager son expérience et son expertise sur ces enjeux.

L'ONF est fier du bilan des dernières années et continue d'être tourné vers l'avenir, avec tous les défis à relever et les opportunités à saisir. C'est pourquoi nous orientons déjà nos actions pour les prochaines années, incluant la stabilisation de notre situation financière. Depuis plus de 75 ans, l'ONF a su relater avec authenticité les histoires canadiennes de toutes les régions du pays et établir une relation riche et continue avec les Canadiens et les Canadiennes, un travail essentiel qui peut être accompli grâce au soutien constant du gouvernement du Canada.

Claude Joli-Coeur
Commissaire du gouvernement à la cinématographie et
président de l'Office national du film du Canada

Section I : Vue d'ensemble des dépenses de l'organisation

Profil de l'organisation

Ministre de tutelle : L'honorable Mélanie Joly, C.P., députée

Premier dirigeant : Claude Joli-Coeur, Commissaire du gouvernement à la cinématographie

Portefeuille ministériel : Ministère du Patrimoine canadien

Instruments habilitants : *Loi sur le cinéma*, L.R.C. (1985), ch. N-8

Année d'incorporation ou de création : 1939

Autre : Le conseil d'administration de l'Office national du film est composé actuellement de huit membres, soit le commissaire du gouvernement à la cinématographie qui agit à titre de président, la directrice générale de Téléfilm Canada et six autres membres nommés par le gouverneur en conseil. À l'exception du commissaire et du directeur général de Téléfilm Canada, les membres du conseil exercent leur charge pendant trois ans. Le rôle du conseil est principalement de définir les orientations générales de l'ONF et d'approuver ses budgets et ses plans stratégiques.

Contexte organisationnel

Raison d'être

L'Office national du film (ONF) a été créé par une loi du Parlement fédéral en 1939 et est une agence fédérale qui fait partie du portefeuille du ministère du Patrimoine canadien. L'ONF a pour mandat de produire et distribuer des œuvres originales et innovatrices lesquelles font mieux comprendre les enjeux auxquels doit faire face la population canadienne et qui font connaître les valeurs et points de vue canadiens au pays et dans le monde. Au fil des décennies, il est devenu la norme en matière d'innovation audiovisuelle au Canada et joue un rôle important en soulignant les changements et les événements marquants de la société canadienne.

En tant que producteur et distributeur public d'œuvres audiovisuelles, l'ONF joue un rôle essentiel en offrant une perspective de la richesse et de la diversité canadiennes. C'est à travers des documentaires d'auteur, des films d'animation et des nouveaux médias qu'il explore les enjeux sociaux contemporains. Aujourd'hui, nos artistes et artisans continuent à faire œuvre de pionniers en matière de contenu et de forme dans le domaine du documentaire, du film d'animation et du cinéma interactif.

Responsabilités

À titre de producteur et distributeur public d'œuvres audiovisuelles du Canada, l'ONF documente l'histoire et la culture du pays pour les auditoires d'ici et de l'étranger. Au cours des 75 dernières années, l'ONF a produit plus de 13 000 œuvres, remporté au-delà de 5 000 prix, inspiré et influencé des générations de cinéastes au Canada et partout sur la planète. Ses productions audiovisuelles donnent un aperçu particulier de la diversité et de la vitalité de notre culture et constituent un élément essentiel de notre patrimoine national.

L'ONF est régi par la *Loi sur le cinéma*[1] et par diverses autres lois, notamment la *Loi sur la gestion des finances publiques*[2] (qui définit la structure et les méthodes d'administration financière en vigueur au sein du gouvernement), la *Loi sur l'accès à l'information*[3], la *Loi sur la protection des renseignements personnels*[4], la *Loi sur les langues officielles*[5] ainsi que la *Loi sur le multiculturalisme canadien*[6].

En tant que producteur, l'ONF remplit ses responsabilités en investissant constamment de nouveaux champs de création, que ce soit en documentaire, en animation d'auteur ou en production interactive. Il met à profit les possibilités artistiques et technologiques qui se présentent dans le paysage médiatique en plus de collaborer avec des cinéastes établis et de la relève, des créateurs multimédias et des coproducteurs de toutes les régions du pays, diverses communautés ethnoculturelles et autochtones, et des partenaires du monde entier. La créativité et la pertinence sociale sont au cœur de ses productions.

Résultats stratégiques et architecture d'alignement des programmes

1. Résultat stratégique : *Les histoires et les perspectives canadiennes sont présentes dans les médias audiovisuels et rendues accessibles à la population du Canada et du reste du monde*

1.1 Programme : *Production audiovisuelle*

1.2 Programme : *Accessibilité et interaction avec l'auditoire*

1.2.1 Sous-programme : *Conservation et préservation*

1.2.2 Sous-programme : *Accès des consommateurs et interaction*

1.2.3 Sous-programme : *Accès des marchés institutionnel et éducatif, et interaction*

1.2.4 Sous-programme : *Rayonnement auprès de l'industrie nationale et internationale*

Services internes

Priorités organisationnelles

Priorité : Laboratoire créatif en programmation

Description : *Les efforts déployés pour cette priorité permettront à l'ONF de créer une approche artistique interdisciplinaire afin de créer des nouvelles formes d'art, d'accroître la diversité des voix et participer à la réalisation d'œuvres de portée nationale. Axés sur la pertinence sociale, les récits de l'ONF portent un regard neuf sur le monde et innovent sur le plan du contenu et de la forme. Par cette priorité, l'ONF continuera d'exercer son leadership en matière de création et d'innovation dans ses deux langues officielles.*

Type de priorité[1] *: Déjà établie*

Initiatives clés appuyant les priorités

Initiatives prévues	Date de mise en œuvre	Date d'achèvement	Lien à l'architecture d'alignement des programmes
• Mettre en œuvre le plan stratégique ainsi que la stratégie de programmation qui vise à accroître la pertinence et l'impact des œuvres de l'ONF. • Créer de nouveaux partenariats d'affaires sous diverses formes explorant le potentiel des œuvres dès leur conception. • Miser sur les formats courts dans les trois genres afin de diffuser en ligne et accroître les auditoires. • Mettre en place des laboratoires de réalité virtuelle en documentaire, en production	1er avril 2013	31 mars 2016	1. Résultat stratégique Programme 1.1 Production audiovisuelle

1. Les différents types de priorités sont les suivants : priorité déjà établie – établie au cours de premier ou de deuxième exercice précédant l'exercice visé dans le rapport; priorité permanente – établie au moins trois exercices avant l'exercice visé dans le rapport; priorité nouvelle – établie au cours de l'exercice visé dans le Rapport sur les plans et les priorités ou le Rapport ministériel sur le rendement.

[illegible]			

Priorité : Laboratoire créatif en technologie

Description *: L'objectif est de positionner l'ONF comme chef de file de l'utilisation de technologies innovatrices dans la production et la distribution de contenu facilement accessible pour les auditoires. Au Canada, l'ONF est à l'avant-garde de la préservation et des stratégies numériques visant à accroître l'accessibilité du contenu canadien en ligne. Le développement de nouvelles technologies et de méthodes de travail créatives améliorera le déroulement des opérations et l'efficience. En réalisant la présente priorité, l'ONF sera dans en mesure de mieux faire partager son expertise au Canada et à l'échelle internationale.*

Type de priorité : Déjà établie

Initiatives clés appuyant les priorités

Initiatives prévues	Date de mise en œuvre	Date d'achèvement	Lien à l'architecture d'alignement des programmes
▸ Rayonner à titre de chef de file en innovation technologique en partageant l'expertise et les meilleures pratiques de l'ONF avec les chefs de file de l'industrie des technologies audiovisuelles ▸ Favoriser des partenariats technologiques afin de demeurer une référence en matière de numérisation de collections audiovisuelles ▸ Compromettre la dernière phase des plans de numérisation et de conservation de la collection active des œuvres de l'ONF ▸ Rendre accessible en format numérique la collection active de l'ONF pour les générations futures : 85% de la collection active sera assortie d'un pixel et d'un master numérique au 31 mars 2017 ▸ Préserver et conserver la collection de l'ONF sur deux supports numériques distincts	1er avril 2013	31 mars 2018	1. Résultat stratégique Programme 1.1 Production audiovisuelle Programme 1.2 Accessibilité et interaction avec l'auditoire

Priorité : Élargir, joindre et engager les auditoires

***Description** : L'objectif est de mettre le public au cœur du processus de l'ONF, lequel consiste à créer des expériences collectives et travailler avec les auditoires dans un environnement d'immersion favorisant la créativité et l'interaction. Dans le but d'élargir son rayonnement à différents groupes d'auditoire, tout en étant plus sensible aux besoins et aux réalités de chacun, l'ONF doit mieux cerner et mesurer les moyens de rejoindre ces auditoires.*

Type de priorité : Déjà établie

Initiatives clés appuyant les priorités

Initiatives prévues	Date de mise en œuvre	Date d'achèvement	Lien à l'architecture d'alignement des programmes
• Mettre en œuvre une nouvelle stratégie de communications et de relations publiques. • Accroître la diffusion des œuvres de l'ONF auprès du grand public en enrichissant l'offre de contenu de l'Espace de visionnage ONF.ca • Diversifier l'offre de contenu du portail éducatif CAMPUS et développer de nouveaux guides éducatifs et de nouvelles classes virtuelles. • Accroître la présence de l'ONF auprès des différentes communautés à travers le réseau de bibliothèques publiques et en participant à des projections publiques. • Participer aux célébrations du 150e anniversaire de la Confédération canadienne. • Renforcer la présence de l'ONF auprès de l'industrie et dans la société canadienne notamment à travers une stratégie muséale qui permettra d'accroître et d'optimiser nos engagements lors de commémorations importantes. • Mettre en valeur le patrimoine audiovisuel inuit avec la sortie d'œuvres récentes et d'un nouveau coffret.	1er avril 2013	31 mars 2018	1. Résultat stratégique Programme 1.2 : Accessibilité et interaction avec l'auditoire

Priorité : Excellence organisationnelle (processus, collaboration et communication)

***Description** : L'ONF est guidé par les principes de saine gouvernance et de responsabilisation visant à gagner et à conserver la confiance de la population canadienne. Cette priorité permet de définir l'ONF en tant qu'organisation créative de pointe transformée dans son mode de fonctionnement pour optimiser les ressources pour les Canadiens.*

En renouvelant sa culture organisationnelle, l'ONF crée un environnement qui favorise la collaboration et l'ouverture, qui encourage un leadership mobilisateur, qui valorise la diversité et les nouveaux modèles de fonctionnement.

Type de priorité : Déjà établie

Initiatives clés appuyant les priorités

Initiatives prévues	Date de mise en œuvre	Date d'achèvement	Lien à l'architecture d'alignement des programmes
• Élaguer le matériel de tournage qui se trouve dans les salles de conservation en préparation du déménagement du siège social de l'ONF. • Effectuer un sondage de mobilisation auprès des employés et déployer un plan d'action. • Développer un programme de la diversité traitant du multiculturalisme, des langues officielles ainsi que de l'équité en matière d'emploi afin de refléter le Canada au sein de l'ONF. • Mise en place du plan d'action 2016-2018 des langues officielles pour les parties IV-V-VI et VII.	1er avril 2013	31 mars 2018	1. Résultat stratégique Programme 1.1: Production audiovisuelle Programme 1.2: Accessibilité et interaction avec l'auditoire Services internes

Pour obtenir plus de renseignements sur les priorités organisationnelles, consulter la lettre de mandat du ministre sur le site Web du Premier ministre du Canada[vii].

Analyse des risques

Principaux risques

Risque	Stratégie d'atténuation du risque	Lien à l'architecture d'alignement des programmes
L'impact de la baisse des revenus sur le budget	▪ Mise en œuvre continue du plan d'affaires (incl. exploiter de nouvelles sources de revenus, nouveaux partenariats et marchés, etc.) ▪ Accroître l'efficacité des campagnes publicitaires	Accessibilité et interaction avec l'auditoire
Le risque d'inadéquation entre la capacité organisationnelle et le volume de travail	▪ Sondage de mobilisation auprès des employés ainsi que le plan d'action en fonction des résultats du sondage.	Production audiovisuelle Accessibilité et interaction avec l'auditoire Services internes
Le risque de désuétude technologique (notamment l'Espace de visionnage en ligne ONF.ca)	▪ Veille technologique accrue ▪ *Plan d'investissement 2012-2013 à 2016-2017* ▪ Renouvellement de la plateforme Web et du marketing numérique	Accessibilité et interaction avec l'auditoire

L'analyse des risques est une activité intégrée au cycle de planification stratégique de l'ONF. Le profil de risque organisationnel de l'ONF met en relief les principaux risques de l'institution et les réponses mises de l'avant afin de les gérer adéquatement. Le profil de risque organisationnel déposé en 2013 sera mis à jour pour 2016-2017 dans le but d'actualiser les risques de l'organisation.

L'impact de la baisse des revenus sur le budget

L'ONF travaille à renforcer sa capacité financière en réponse au risque de revenus décroissants. Depuis plusieurs années, il gère des défis financiers tel le déclin de ses revenus. Un exemple de transformation du marché de la télédiffusion : les auditoires télévisuels pour les productions de l'ONF ont augmenté en 2014-2015 en comparaison de 2013-2014, pendant que les revenus du même marché ont diminué. Cela démontre qu'il existe encore une demande pour le contenu produit par l'ONF, mais que le prix de vente de ce contenu continue vraisemblablement de décliner.

L'ensemble de l'industrie audiovisuelle se trouve confronté au même problème, soit qu'une plus grande offre de contenus audiovisuels ne se traduit pas nécessairement en hausse de recettes, surtout que le prix de vente des œuvres audiovisuelles est à la baisse. En fait, l'analyse des tendances de l'industrie montre que les consommateurs sont plus disposés à payer pour des fournisseurs de contenus, que pour le contenu. La stratégie d'atténuation de l'ONF demeure, année après année, de développer activement de nouveaux modes de financement.

Le risque d'inadéquation entre la capacité organisationnelle et le volume de travail
Une forte pression sur les ressources de l'ONF se fait actuellement sentir découlant non seulement des nombreux projets d'envergure entrepris depuis plusieurs années et ceux à venir, mais aussi découlant des réductions d'effectifs des dernières années. Il s'agit d'un risque qui pourrait néanmoins augmenter dans les prochains mois. Afin de mieux comprendre les raisons de cette pression, un sondage sur la mobilisation sera effectué auprès de tous les employés de l'ONF pour permettre d'identifier les flux de travail excédentaires et d'élaborer rapidement des solutions.

Le risque de désuétude technologique — notamment l'Espace de visionnage en ligne ONF.ca
L'ONF fait aussi face à des défis quant au trafic Web généré par l'Espace de visionnage en ligne ONF.ca. Contrairement aux visionnages sur les sites partenaires, le nombre de visionnages sur l'Espace de visionnage en ligne ONF.ca diminue depuis quatre ans, nous amenant à conclure que la façon dont nos contenus sont mis en marché dans l'Espace de visionnage en ligne doit être examinée, possiblement améliorée. Le risque d'obsolescence de la plateforme de visionnage créée à l'occasion du virage numérique de l'ONF, en 2008-2009, suscite une réflexion de fond à propos de son infrastructure technologique, sa vocation commerciale et son contenu. Le renouvellement de la stratégie du Web et du marketing numérique est donc la réponse à ce risque, et l'une des priorités de l'ONF en 2016-2017.

Dépenses prévues

Ressources financières budgétaires (en dollars)

Budget principal des dépenses 2016-2017	Dépenses prévues 2016-2017	Dépenses prévues 2017-2018	Dépenses prévues 2018-2019
61 894 820	62 624 000	71 894 820	58 694 820

Ressources humaines (équivalents temps plein [ETP])

2016-2017	2017-2018	2018-2019
392	392	392

Sommaire de la planification budgétaire pour les résultats stratégiques et les programmes (en dollars)

Résultats stratégiques, programmes et Services internes	Dépenses 2013-2014	Dépenses 2014-2015	Dépenses projetées 2015-2016	Budget principal des dépenses 2016-2017	Dépenses prévues 2016-2017	Dépenses prévues 2017-2018	Dépenses prévues 2018-2019
Résultat stratégique : Les histoires et les perspectives canadiennes sont présentes dans les médias audiovisuels et rendues accessibles à la population du Canada et du reste du monde.							
1.1 Production audiovisuelle	40 451 187	36 188 094	35 852 921	35 877 615	36 302 290	40 851 975	34 285 820
1.2 Accessibilité et interaction avec l'auditoire	18 949 388	17 493 394	17 380 841	17 598 853	17 804 118	21 291 164	16 417 315
Total partiel	**59 400 575**	**53 681 488**	**53 233 762**	**53 476 468**	**54 106 408**	**62 143 139**	**50 703 135**
Services internes	7 186 528	8 457 516	8 385 238	8 418 352	8 517 592	9 751 681	7 991 685
Total	**66 587 103**	**62 139 004**	**61 619 000**	**61 894 820**	**62 624 000**	**71 894 820**	**58 694 820**

L'ONF prévoit que le budget principal des dépenses de 61,9 millions $ pour l'année 2016-2017 sera approuvé par le Parlement. En comparaison avec celui de 2015-2016, ce budget a été augmenté de 2 242 443 $, soit le résultat des éléments suivants :

- une augmentation de 2 000 000 $ pour la relocalisation du siège social de Montréal ;
- un rajustement de 292 843 $ des taux du régime d'avantage sociaux des employés ; et

• une baisse liée au transfert au titre de l'initiative de l'École de la fonction publique du Canada (50 400 $).

Tout en poursuivant la mise en œuvre de son plan stratégique quinquennal 2013-2018, l'ONF prépare le déménagement de son siège social dans le Quartier des spectacles à Montréal prévu en 2018. À cet effet, l'ONF recevra une augmentation de 2 millions $ en 2016-2017 et une avance de 12 millions $ en 2017-2018 pour ensuite connaître une baisse de 1,2 million $ par année durant 12 ans à compter de 2018-2019. Notons que ces montants ont été inclus dans les programmes et les services internes au tableau de la page précédente.

Par ailleurs, les dépenses prévues pour l'année 2016-2017 sont plus élevées que le budget principal des dépenses grâce au report de fonds anticipé de l'année précédente, aux crédits parlementaires projetés pour les congés de maternité et parentaux et les indemnités de départ, ainsi qu'aux révisions salariales estimées. Le tableau ci-dessous présente les variations par rapport au budget principal des dépenses de 2015-2016 :

(en dollars)	Dépenses projetées 2015-2016	Budget principal des dépenses 2016-2017	Dépenses prévues 2016-2017	2017-2018	2018-2019
Budget principal 2015-2016	59 652 377	59 652 377	59 652 377	59 652 377	59 652 377
Variations :					
Ajustement - taux avantages sociaux (de 25,5 % à 26,5 %)	0	292 843	292 843	292 843	292 843
Initiative gouvernementale	0	- 50 400	- 50 400	- 50 400	- 50 400
Avance - relocalisation siège social MTL	0	2 000 000	2 000 000	12 000 000	-1 200 000
Indemnités de départ et maternité	734 623	0	363 180	0	0
Révisions salariales	0	0	139 000	0	0
Report de fond net	1 232 000	0	227 000	0	0
Total des variations	1 966 623	2 242 443	2 971 623	12 242 443	- 957 557
TOTAL - Dépenses prévues	**61 619 000**	**61 894 820**	**62 624 000**	**71 894 820**	**58 694 820**

Harmonisation des dépenses avec le cadre pangouvernemental

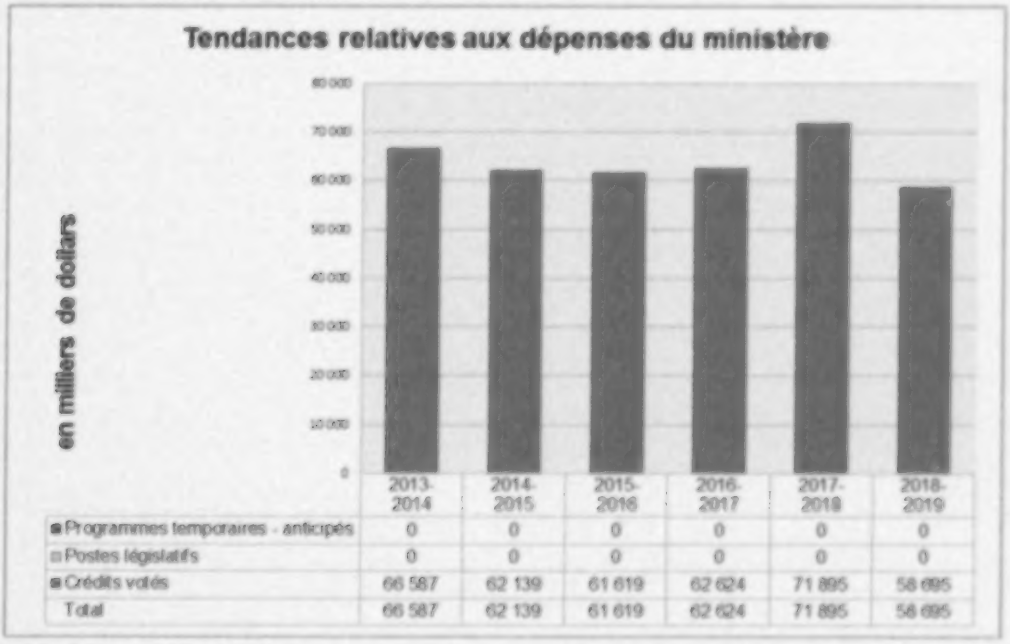
Harmonisation des dépenses prévues pour 2016-2017 avec le cadre pangouvernemental[viii] (en dollars)

Résultat stratégique	Programme	Secteur de dépenses	Résultat du gouvernement du Canada	Dépenses prévues 2016-2017
1. Les histoires et les perspectives canadiennes sont présentes dans les médias audiovisuels et rendues accessibles à la population du Canada et du reste du monde.	1.1 Production audiovisuelle	Affaires sociales	Une culture et un patrimoine canadiens dynamiques	36 302 290
	1.2 Accessibilité et interaction avec l'auditoire	Affaires sociales	Une culture et un patrimoine canadiens dynamiques	17 804 118

Total des dépenses par secteur de dépenses (en dollars)

Secteur de dépenses	Total des dépenses prévues
Affaires économiques	-
Affaires sociales	54 106 408
Affaires internationales	-
Affaires gouvernementales	-

Tendances relatives aux dépenses du ministère



	2013-2014	2014-2015	2015-2016	2016-2017	2017-2018	2018-2019
Programmes temporaires - anticipés	0	0	0	0	0	0
Postes législatifs	0	0	0	0	0	0
Crédits votés	66 587	62 139	61 619	62 624	71 895	58 695
Total	66 587	62 139	61 619	62 624	71 895	58 695

Le crédit voté comporte des avances totalisant 14,4 millions $ provenant du Conseil du trésor pour la relocalisation du siège social de Montréal prévue en 2018. Celles-ci se répartissent comme suit : 400 000 $ en 2014-2015, 2 millions $ en 2016-2017 et 12 millions $ en 2017-2018. Ces avances sans intérêt sont remboursables sur une période de 12 ans à raison de 1,2 million $ par année à compter de 2018-2019.

Dépenses par crédit voté

Pour obtenir des renseignements au sujet des crédits de l'Office national du film, veuillez consulter le Budget principal des dépenses 2016-2017 [ix].

Section II : Analyse des programmes par résultat stratégique

Résultat stratégique : Les histoires et les perspectives canadiennes sont présentes dans les médias audiovisuels et rendues accessibles à la population du Canada et du reste du monde.

Mesure du rendement

Indicateurs de rendement	Cibles	Date de réalisation
Pourcentage de la population canadienne ayant indiqué que les productions de l'ONF reflètent les histoires ou les perspectives canadiennes.	80%	31 mars 2018
Histoires et perspectives canadiennes : pourcentage d'œuvres audiovisuelles explorant la diversité canadienne.	70%	31 mars 2018
Histoires et perspectives canadiennes : pourcentage d'œuvres achevées explorant les enjeux sociaux pertinents.	80%	31 mars 2018
Nombre de titres offerts dans ONF.ca / NFB.ca	3 500	31 mars 2018

Programme 1.1 : Production audiovisuelle

Description

Ce programme contribue à donner aux Canadiens une meilleure compréhension des enjeux auxquels est confronté leur pays et fait connaître les points de vue canadiens aux autres nations.

À titre de producteur du secteur public, l'ONF produit des œuvres audiovisuelles originales qui reflètent les diverses perspectives canadiennes – culturelles, régionales et autochtones, entre autres – et qui émanent des divers créateurs et communautés composant le pays. Cette activité de programme intervient dans des domaines où le secteur privé est absent et donne aux créateurs la possibilité d'explorer les avancées artistiques et technologiques en matière de forme et de contenu. Elle assure également la découverte, le perfectionnement et l'encadrement des talents et de la créativité au sein des communautés de cinéastes et des autres communautés de créateurs.

La programmation de l'ONF est nécessaire pour assurer aux Canadiens l'accès à diverses voix et à divers contenus dans les deux langues officielles. Elle fait la promotion de la culture et des valeurs canadiennes dans le cadre d'événements à caractère historique ou culturel de portée nationale. Alors que la consommation médiatique de la population canadienne migre vers Internet, l'ONF s'impose comme chef de file dans la création de contenu numérique innovateur, dans les deux langues officielles. Les activités de production englobent la conceptualisation, la recherche, le développement et la production de documentaires, de films d'animation, de contenu nouveau média et d'autres formes émergentes.

Ressources financières budgétaires (en dollars)

Budget principal des dépenses 2016-2017	Dépenses prévues 2016-2017	Dépenses prévues 2017-2018	Dépenses prévues 2018-2019
35 877 615	36 302 290	40 851 975	34 285 620

Ressources humaines (équivalents temps plein (ETP))

2016-2017	2017-2018	2018-2019
191	191	191

Mesure du rendement

Résultats attendus	Indicateurs de rendement	Cibles	Date de réalisation
Les œuvres audiovisuelles de l'ONF sont innovatrices.	Pourcentage du public canadien percevant l'ONF comme une institution innovatrice et créatrice	70 % innovatrice 60 % créatrice	31 mars 2018
	Pourcentage de prix et d'hommages prestigieux par rapport au nombre total de prix remportés dans les festivals canadiens et internationaux (prix liés à l'innovation, à l'excellence créatrice, prix du Canada pour la diversité, etc.).	25 %	31 mars 2018
Les créateurs canadiens établis et de la relève qui travaillent avec l'ONF reproduisent la diversité canadienne.	Pourcentage d'œuvres audiovisuelles achevées, signées par des cinéastes de la relève[1].	40 %	31 mars 2018
	Nombre de cinéastes de la relève qui font un film à l'ONF ou qui participent à un programme favorisant l'épanouissement des talents, y compris les concours.	120	31 mars 2018
	Pourcentage d'œuvres audiovisuelles achevées, signées par des cinéastes issus des diverses communautés ethnoculturelles, régionales et linguistiques, par des cinéastes autochtones et par des cinéastes handicapés.	50 %	31 mars 2018

[1] Un cinéaste est considéré comme faisant partie de la relève lorsqu'il réalise son 1er, 2e ou 3e film.

L'ONF participe à des événements de portée historique et culturelle faisant la promotion de la culture et des valeurs canadiennes	Nombre de productions réalisées pour des projets nationaux et internationaux d'envergure	10	31 mars 2016

Faits saillants de la planification

C'est en tant que chef de file de la création de contenu culturel canadien innovateur que l'ONF produit des documentaires à caractère social, des œuvres interactives innovantes ainsi que des animations et des expériences immersives d'auteur. Au cours de l'année 2016-2017, la direction générale Création et innovation mettra en œuvre son plan stratégique ainsi que sa stratégie de programmation visant à accroître la pertinence et l'impact de ses œuvres. L'ONF compte développer, établir et renforcer une interaction et un engagement durable avec l'ensemble des Canadiens et le monde. Il compte aussi s'imposer comme chef de file en matière d'innovation et de création, et créer de nouveaux partenariats d'affaires afin d'exploiter le plein potentiel des œuvres, et ce, dès leur conception.

Programmation

L'ONF, en association avec des créateurs et des artistes talentueux et de renom, produira plusieurs documentaires de grande portée destinés au grand écran, tels que Le paradoxe de la faim de Mathieu Roy, qui témoigne de la crise alimentaire mondiale du point de vue de la paysannerie, ainsi que What is Democracy? d'Astra Taylor, une quête pour mieux comprendre les paradoxes et les joies de la démocratie et les défis de la montée des inégalités.

L'ONF crée des œuvres qui sont l'expression de voix régionales uniques et collabore avec des cinéastes de différentes communautés pour raconter leurs histoires. Parmi ses productions, le documentaire Children's Court Case de la réputée cinéaste Alanis Obomsawin nous donne un accès privilégié à la Cour suprême, à Ottawa, dans une cause historique contre le ministère des Affaires indiennes et du Nord canadien sur le sous-financement systématique de l'éducation dans les réserves indiennes. Mentionnons aussi Le dernier placard de Paul-Émile d'Entremont au Studio de la francophonie canadienne – Acadie, qui traite de l'homophobie dans le sport chez les adolescents et les jeunes adultes.

Au cours de l'année 2016-2017, l'ONF misera sur les formats courts dans les trois principaux genres (documentaire, animation et œuvres interactives) afin de rejoindre de plus vastes auditoires en ligne, tel que le projet des 5 courts métrages en collaboration avec la Bande Sonimage au studio documentaire, ainsi que Les Bidonnes s'animent, une série de quatre courts métrages d'animation réalisés par des bidonnes de renom en coproduction internationale avec Sacrebleu (France). Aussi, Granddads de Scott Parker, une série de courts métrages présentant des histoires et des enjeux d'importance pour les communautés du sud de l'Alberta et de la Saskatchewan. Finalement, une collaboration avec les éditions en ligne du New York Times

Québec et The Guardian permettra de positionner les longs métrages documentaires de l'ONF de grande portée auprès d'un public canadien et international.

Le premier long métrage d'animation coproduit par l'ONF, Window Horses, réalisé par Ann Marie Fleming avec la voix de Sandrah Oh, et le court métrage d'animation Animal Behaviour du duo montréalais Alison Snowden et David Fine, seront lancé en 2016-2017. Le second métrage du réputé Theodore Ushev (Olympia 36 de la tristesse), sera quant à lui en production.

Par ailleurs, les Programmes anglais et français misent sur des laboratoires immersifs et de réalité virtuelle dans les trois genres dans le but de créer de nouvelles expériences, d'enrichir les projets et d'agir comme incubateur des meilleurs talents. Des projets d'envergure utilisant la réalité virtuelle seront lancés au cours de l'année, tels que l'œuvre de Karine Ban Khalifa et Sara 'c Rivest de Paisley Smith. En production au cours de l'année, le projet Circon Orbital, un ambitieux projet éducatif des Programmes anglais et français, en partenariat avec l'Université de Dalhousie à Halifax, utilisera notamment la réalité virtuelle et CANARIE afin de permettre aux élèves de mieux comprendre la réalité de nos voisins.

Plusieurs productions s'ajouteront à l'exceptionnelle collection d'œuvres innovatrices d'auteur à contenu documentaire, d'animation et photographique toujours en distribution, dont Scanner de Cary Mukkin, un remaniement du scénario de 10 Ellens portée du cinéma muet ainsi que la quatrième coproduction ARTE/ONF, l'Inde en bouteille, une œuvre participative de Anil Kumar sur les nouvelles économies numériques du partage.

Encadrement des talents et développement professionnel

Avec la production, pendant l'été 2016, de deux projets sélectionnés pour le concours Tremplin, destiné aux créateurs de la relève de la francophonie canadienne, l'ONF poursuivra son encadrement et sa mise en valeur des talents de la relève en documentaire et en animation. La 11e édition de Hothouse, du Studio d'animation du Programme anglais, s'adressant aux nouveaux créateurs du partout au Canada, introduira cette année une nouvelle structure permettant la participation des autres studios du Programme à travers le pays pour assurer ainsi une meilleure représentation nationale.

Projets d'envergure

Mentionnons aussi le nouveau partenariat avec Ingrav pour la vie en vue de la production par l'ONF d'un projet hautement novateur, soit une œuvre immersive d'une durée de 11 minutes, qui sera lancée au printemps 2017 dans le dôme du Théâtre du ciboire du Planétarium Rio Tinto Alcan de Montréal.

Pour les festivités entourant le 150e anniversaire de la Confédération, l'ONF produira au cours de l'année des projets nationaux de grande envergure, tels que Espace 150, une série de douze essais photographiques interactifs dévoilant la théorie de notre patrimoine collectif, qui présenteront sous un angle inusité et original qui nous entoure, où nous allons, ce que nous avons reçu en héritage du passé et ce que nous léguerons aux générations futures.

Programme 1.2 : Accessibilité et interaction avec l'auditoire

Description

Ce programme fait en sorte que les auditoires canadiens et du reste du monde peuvent accéder à du contenu canadien innovateur reflétant les histoires et les perspectives canadiennes, le regarder, en discuter et interagir avec celui-ci. Alors que la consommation médiatique migre vers Internet, le contenu canadien doit être rendu disponible sur tous les supports numériques et mobiles.

Les mécanismes utilisés comprennent la distribution, le marketing et la commercialisation des œuvres audiovisuelles au moyen d'un catalogue diversifié, d'un fonds d'archives bien établi et du développement de marchés diversifiés (salles, télévision, consommateur et institutionnel, etc.), par le truchement d'Internet et des canaux traditionnels, au Canada et à l'étranger. Grâce à ces activités, l'ONF rend ses œuvres largement accessibles partout au Canada, notamment dans les communautés mal desservies et éloignées ainsi que dans les communautés autochtones et de langue officielle en situation minoritaire. Les activités de l'ONF liées à l'accessibilité et à l'interaction avec l'auditoire contribuent au dynamisme de la culture et du patrimoine canadiens.

Ressources financières budgétaires (en dollars)

Budget principal des dépenses 2016-2017	Dépenses prévues 2016-2017	Dépenses prévues 2017-2018	Dépenses prévues 2018-2019
17 598 853	17 804 118	21 291 164	16 417 315

Ressources humaines (équivalents temps plein [ETP])

2016-2017	2017-2018	2018-2019
150	150	150

Mesure du rendement

Résultats attendus	Indicateurs de rendement	Cibles	Date de réalisation
Les auditoires canadiens et internationaux visionnent les œuvres de l'ONF et interagissent avec celles-ci	Pourcentage de la population canadienne qui affirme avoir vu une production de l'ONF au cours de la dernière année.	40%	31 mars 2018
	Nombre total de visionnages d'œuvres de l'ONF.	45 millions	31 mars 2018

	Nombre total d'utilisateurs par niveau d'interaction (visionnages d'utilisateurs enregistrés ou de clients)[3]	500 000 enregistrés et 22 500 clients	31 mars 2018
	Total des revenus produits	2,9 millions $	31 mars 2018

Faits saillants de la planification

Afin de rendre accessible ses œuvres et d'interagir avec l'auditoire pour l'année 2016-2017, la stratégie de l'ONF reposera principalement sur l'accroissement de la visibilité de l'ONF et de ses œuvres, la promotion et le renouvellement de l'offre numérique, ainsi que l'interaction avec le public.

La visibilité de l'ONF et de ses œuvres
Une nouvelle stratégie de relations publiques et de positionnement sera mise en œuvre afin de favoriser la visibilité de l'ONF auprès du grand public. Cette stratégie misera aussi sur les partenariats afin de rejoindre de plus vastes auditoires à travers le pays et sur une variété de plateformes de diffusion. De plus, les célébrations du 150e anniversaire de la Confédération seront l'occasion de mettre en valeur l'ONF et le patrimoine audiovisuel canadien.

La promotion et le renouvellement de l'offre de contenu
L'Espace de visionnage en ligne ONF.ca | NFB.ca continuera d'être la principale vitrine pour rejoindre et interagir avec le grand public ainsi qu'avec le milieu éducatif et institutionnel. Cependant, dans le contexte d'une concurrence plus vive que jamais entre les plateformes de diffusion en ligne, l'ONF révisera sa stratégie d'accessibilité numérique et l'écosystème global d'ONF.ca | NFB.ca.

De plus, une nouvelle sélection d'œuvres viendra enrichir la collection de milliers de films de l'ONF, offerte en ligne, dont une majorité gratuitement en diffusion en continu.
L'enrichissement de l'offre éducative, notamment avec le développement de nouveaux cours en ligne et de classes virtuelles, sera aussi l'une des priorités de l'année 2016-2017.

L'interaction avec le public
L'ONF souhaite aussi susciter un engagement de la part des auditoires avec les œuvres audiovisuelles qu'elle produit, que ce soit à l'occasion des festivals, des projections publiques, mais aussi par le truchement des médias sociaux. L'objectif n'est pas seulement de rejoindre le public, mais d'entamer une conversation avec lui afin qu'il s'approprie nos œuvres.

[3] Les utilisateurs enregistrés sont ceux qui n'ont pas recours aux services transactionnels de l'ONF, mais qui fournissent leurs coordonnées, s'inscrivent en tant qu'amis (via Facebook), s'abonnent aux infolettres ou aux chaînes de l'ONF, se créent un profil en ligne, etc. Les clients sont des particuliers ou des organisations qui utilisent les services transactionnels de l'ONF.

Sous-programme 1.2.1 : Conservation et préservation

Description

Les productions de l'ONF, quelle que soit la source originale de l'œuvre, sont préservées et numérisées afin d'en assurer la pérennité et l'accessibilité aux Canadiens et Canadiennes, maintenant et à l'avenir. Cette activité réduit les risques de désuétude technologique, minimise les effets du temps sur les supports qui contiennent les œuvres, et garantit la sécurité physique de celles-ci. La préservation et la conservation nécessitent des outils et systèmes adéquats d'identification, de gestion, d'archivage et de restauration. Alors que la consommation médiatique de la population canadienne migre vers Internet, il est impératif de mettre du contenu canadien innovateur et de haute qualité à la disposition de la population du pays. Sans activité concertée en matière de conservation et de préservation, ce patrimoine culturel est en péril.

Ressources financières budgétaires (en dollars)

Dépenses prévues 2016-2017	Dépenses prévues 2017-2018	Dépenses prévues 2018-2019
2 243 319	2 682 687	2 068 582

Ressources humaines (ETP)

2016-2017	2017-2018	2018-2019
15	15	15

Mesure du rendement

Résultats attendus	Indicateurs de rendement	Cibles	Date de réalisation
La collection de l'ONF est préservée et conservée.	Nombre d'œuvres de la collection conservées sur deux supports physiques différents et localisées à deux endroits géographiques différents.	1 000 titres par année	31 mars 2017
La collection de l'ONF est rendue accessible en format numérique pour les générations futures.	Pourcentage des œuvres de la collection assorties d'un pivot	90 %	31 mars 2017

Faits saillants de la planification

La dernière phase des plans de numérisation et de conservation de la collection active des œuvres audiovisuelles de l'ONF se poursuivra en 2016-2017, et sera complétée d'ici le déménagement

du siège social l'année suivante. Par ailleurs, cette collection s'enrichit chaque année de nouvelles productions ainsi que d'œuvres antérieures et des images d'archives de l'ONF. Ainsi, la plus grande partie du patrimoine audiovisuel de l'institution sera préservée et accessible pour les générations futures.

Au cours des dernières années, la majorité des œuvres de la collection active de l'ONF a été traité aux fins de conservation selon l'objectif prévu dans le plan de conservation. Toutefois, le traitement des œuvres pour l'année 2016-2017 sera d'une plus grande complexité technique[4] que par le passé, et donc la cible au niveau de la conservation et de la préservation a été revue.

En plus du traitement de plus de 1 000 œuvres prévu en 2016-2017, environ 300 œuvres récentes produites en format numérique seront conservées sur deux supports physiques différents en 2016-2017. Quant à la relocalisation de ces œuvres, elles seront sécurisées en deux endroits différents dans l'année subséquente afin de réduire les coûts liés à cette opération.

Il est prévu que les 8 000 titres de la collection active de l'ONF seront rendus disponibles sur un master numérique source image et son, ainsi que sur un fichier pivot permettant d'offrir le contenu dans le format désiré, dans les deux langues officielles et une livraison « juste-à-temps » au public. Pour l'année 2016-2017, environ 90 % de cet objectif sera complété.

Ainsi, les objectifs des plans de numérisation et de conservation auront été atteints en 2017-2018 afin d'apporter une plus grande flexibilité à l'institution dans la gestion, la conservation et l'accessibilité de son patrimoine audiovisuel. Dans les prochaines années, l'ONF prévoit consolider la gestion de ses actifs numériques et étendre ses opérations de numérisation et conservation aux œuvres et aux images d'archives de sa collection inactive.

[4] Les œuvres de la collection active dont le traitement était plus simple et facilement réalisables ont été priorisées au cours des dernières années afin de rendre accessible un plus grand nombre d'œuvres en format numérique. Ainsi, les œuvres qui seront traitées en 2016-2017 nécessitent un travail de conservation et de préservation plus laborieux de par le niveau de qualité des enregistrements originaux

Sous-programme 1.2.2 : Accès des consommateurs et interaction

Description

Ce sous-programme fait en sorte que les œuvres audiovisuelles canadiennes sont mises à la disposition des consommateurs canadiens et internationaux. Elle permet aux consommateurs individuels d'accéder aux produits culturels canadiens et d'interagir avec des contenus qui reflètent notre histoire et nos valeurs et font connaître et comprendre le Canada aux Canadiens et aux habitants des autres nations. Ce faisant, les consommateurs nationaux et internationaux partagent une culture et un patrimoine canadiens dynamiques.

Les mécanismes utilisés pour cette mise à disposition comprennent la distribution, la mise en marché et la commercialisation des œuvres audiovisuelles au moyen d'un catalogue diversifié et du développement de marchés et de canaux diversifiés, p. ex. : salles, télévision, Internet/plateformes mobiles et biens de consommation durables, au Canada et à l'étranger.

Ressources financières budgétaires (en dollars)

Dépenses prévues 2016-2017	Dépenses prévues 2017-2018	Dépenses prévues 2018-2019
10 041 523	12 008 216	9 259 365

Ressources humaines (ETP)

2016-2017	2017-2018	2018-2019
71	71	71

Mesure du rendement

Résultats attendus	Indicateurs de rendement	Cibles	Date de réalisation
Les consommateurs visionnent les œuvres audiovisuelles de l'ONF par le truchement de multiples canaux d'accès	Nombre de visionnages effectués par le truchement des canaux d'accès à la disposition des consommateurs (télé, salles, DVD, lecture en continu, etc.).	35 millions	31 mars 2018
Les consommateurs interagissent avec l'ONF.	Nombre de consommateurs par niveau d'interaction (utilisateurs enregistrés ou clients).	475 000 enregistrés ; 15 000 clients	31 mars 2018

	Revenus produits par les canaux d'accès à la disposition des consommateurs.	1,6 million $	31 mars 2018

Faits saillants de la planification

Une des priorités en 2016-2017 sera de tirer davantage profit de la marque ONF, en confirmant son positionnement et les valeurs qu'elle projette dans la société canadienne. Cela se fera notamment en valorisant la nouvelle approche graphique, ainsi que par la mise en œuvre d'une stratégie de relations publiques et de positionnement qui aura pour objectif de favoriser la visibilité de l'ONF auprès du grand public. Cette stratégie visera notamment à mieux faire connaître nos œuvres en cours de production et à maximiser la portée des activités de mise en marché des films.

La diffusion des œuvres de l'ONF
Le nombre de visionnages par le grand public sur l'ensemble des plateformes et des canaux d'accès devrait atteindre environ 35 millions en 2016-2017. L'Espace de visionnage en ligne ONF.ca | NFB.ca continuera d'être la principale vitrine pour la promotion et la diffusion de milliers d'œuvres de l'ONF, dont la majorité sont offertes gratuitement au public. L'offre payante d'œuvres de l'ONF et de productions de nos partenaires sera aussi plus diversifiée avec l'ajout de nouveaux films sur cette plateforme.

L'amélioration de la performance de la plateforme ONF.ca | NFB.ca et de ses fonctionnalités demeure l'une des priorités pour l'ONF. Dans le contexte de l'évolution constante des technologies et de la concurrence croissante dans ce secteur, l'ONF repensera son modèle d'affaires pour la diffusion numérique de ses œuvres, et révisera l'architecture technologique de l'Espace de visionnage en ligne ONF.ca | NFB.ca. L'objectif de ce chantier est de développer une nouvelle stratégie numérique pour cette plateforme.

Les partenariats
Les partenariats demeurent aussi cruciaux pour l'ONF afin de rejoindre les auditoires du pays sur une variété de plateformes de diffusion. Plusieurs partenariats se poursuivront, dont ceux avec Air Canada et Via Rail qui offrent aux voyageurs une diversité d'œuvres de l'ONF ainsi qu'avec les plateformes de contenus telles que Netflix Canada, iTunes, YouTube, Viméo, etc.

Les médias sociaux
Les médias sociaux auront aussi une place importante dans la stratégie d'accessibilité de l'ONF, notamment en développant un contenu et une offre exclusive pour les communautés en ligne. Les processus d'affaires seront aussi optimisés afin de répondre aux besoins des différentes communautés. L'ONF espère que près d'un demi-million de personnes interagiront avec l'ONF par les médias sociaux et les différentes plateformes interactives de l'ONF au cours de l'année 2016-2017.

ONF Images
Considérant le succès de ONF Images au Québec, des efforts seront déployés afin de promouvoir la richesse de la collection d'archives audiovisuelles de l'ONF sur le marché du Canada anglophone et ce, afin d'augmenter les revenus de ce secteur.

Sous-programme 1.2.3 : Accès des marchés institutionnel, éducatif, et interaction

Description

Ce sous-programme permet aux organismes éducatifs et institutionnels canadiens et internationaux de mettre des produits culturels canadiens et leurs valeurs inhérentes à la disposition de leurs membres et des élèves. Elle soutient la distribution des œuvres audiovisuelles et contenus canadiens, lesquels comprennent des ateliers éducatifs et des activités pédagogiques, aux auditoires des marchés institutionnel et éducatif, au Canada et à l'étranger, ainsi que l'utilisation de ces œuvres et contenus par ces auditoires. Les productions et les contenus de l'ONF doivent être largement accessibles, mis en valeur et distribués sur les marchés éducatifs canadien et international (personnel enseignant, écoles, commissions scolaires, collèges, universités et ministères de l'éducation) ainsi que sur les marchés institutionnels (bibliothèques publiques, services sociaux et de soins de santé, associations communautaires et culturelles, entreprises) afin de favoriser l'interaction de la jeunesse canadienne et d'enrichir les activités éducatives qui lui sont destinées. Les mécanismes utilisés pour la mise à disposition des productions et contenus comprennent la distribution, la mise en marché et la commercialisation des œuvres audiovisuelles au moyen d'un catalogue diversifié et du développement de canaux diversifiés, p. ex. : Internet, plateformes mobiles et biens de consommation durables, au Canada et à l'étranger.

Ressources financières budgétaires (en dollars)

Dépenses prévues 2016-2017	Dépenses prévues 2017-2018	Dépenses prévues 2018-2019
4 237 380	5 067 297	3 907 321

Ressources humaines (ETP)

2016-2017	2017-2018	2018-2019
43	43	43

Mesure du rendement

Résultats attendus	Indicateurs de rendement	Cibles	Date de réalisation
Les auditoires des marchés éducatif et institutionnel visionnent les œuvres audiovisuelles de l'ONF par le truchement de multiples canaux d'accès.	Nombre de visionnages effectués par le truchement des canaux d'accès à la disposition du milieu de l'éducation (c.-à-d. vente de DVD aux écoles, ateliers pour enseignants, abonnements en ligne, etc.)	10 millions	31 mars 2018
Les auditoires des marchés éducatif et institutionnel interagissent avec l'ONF	Nombre d'utilisateurs du milieu de l'éducation par niveau d'engagement (utilisateurs enregistrés ou clients).	25 000 enregistrés; 7 500 clients	31 mars 2018
	Quantité de matériel pédagogique téléchargé.	30 000	31 mars 2018
	Revenus produits par les canaux d'accès à la disposition du milieu de l'éducation.	1,3 million $	31 mars 2018

Faits saillants de la planification

L'année 2016-2017 sera une année de transition pour le secteur éducatif : les activités éducationnelles de l'ONF se concentreront désormais en ligne. Par ce virage, le secteur de l'éducation souhaite mieux concentrer ses efforts pour développer ses auditoires et faire valoir notre expertise partout au pays, et ailleurs dans le monde. L'ONF continuera aussi de rejoindre les différentes communautés canadiennes par le biais de projections publiques et de divers évènements grand public.

La plateforme pour le milieu de l'éducation CAMPUS
L'offre de contenu du portail CAMPUS, qui est la principale vitrine de l'ONF pour le milieu de l'éducation, sera enrichie par l'ajout de films documentaires canadiens et de guides d'apprentissages qui seront élaborés pour accompagner les éducateurs et les éducatrices. Le développement du marché américain demeure aussi une des priorités du secteur éducatif avec le déploiement de la plateforme CAMPUS USA et de BIBLIOLABS.

Les ateliers en ligne
De nouveaux cours en ligne seront aussi développés dans le cadre d'un partenariat de cinq ans avec la Commission scolaire Marguerite-Bourgeois (Montréal). Cinq cours en production médiatique destinés aux élèves du secondaire seront développés, chacun échelonné sur une année scolaire. Ce projet pilote nous permettra de développer une solide base de contenus pour alimenter notre future offre en ligne.

Les classes virtuelles
Quatre nouvelles classes virtuelles seront aussi offertes partout au pays, en français et en anglais, notamment sur le film *A Dark Room* explorant l'enjeu des commotions cérébrales et la sécurité dans le sport.

Les projections publiques
L'ONF continuera aussi d'être présent d'un bout à l'autre du pays à l'occasion de projections publiques, que ce soit dans les salles de cinéma, les musées, les bibliothèques ou dans le cadre d'événements publics. La participation de l'ONF à certains événements tels que Le Jour le plus court et L'ONF à la maison se poursuivront, tout comme nos partenariats avec des centaines de bibliothèques publiques partout au pays.

Sous-programme 1.2.4 : Rayonnement auprès de l'industrie nationale et internationale

Description

Par ce sous-programme, l'ONF permet à l'industrie audiovisuelle canadienne et internationale de participer à la promotion de la culture et du patrimoine canadiens par l'entremise de partenariats avec les secteurs public et privé. Ces partenariats facilitent les échanges de connaissances et de talents, favorisent une étroite collaboration avec l'industrie dans les principaux festivals et marchés (p. ex. : MIP, Banff, Hot Docs, Sunny Side of the Doc) grâce à des tables rondes, des séances de questions et réponses, des concours, des remises de prix, etc. Les activités englobent également la mise en marché et la promotion des œuvres audiovisuelles et des compilations thématiques de l'ONF dans les grands festivals et marchés nationaux et internationaux, de même que dans les événements d'importance (tels que les nominations aux Oscars, Expositions universelles, le 400e anniversaire de la ville de Québec), ainsi que la mise en marché et la promotion des rétrospectives des œuvres de l'ONF et de ses éminents cinéastes (Norman McLaren, Pierre Perrault, Alanis Obomsawin).

Ressources financières budgétaires (en dollars)

Dépenses prévues 2016-2017	Dépenses prévues 2017-2018	Dépenses prévues 2018-2019
1 281 896	1 532 964	1 182 047

Ressources humaines (ETP)

2016-2017	2017-2018	2018-2019
21	21	21

Mesure du rendement

Résultats attendus	Indicateurs de rendement	Cibles	Date de réalisation
L'expertise de l'ONF est reconnue dans un large éventail de grands festivals et événements de l'industrie au Canada et à l'étranger.	Nombre d'événements (panels, présentations, tables rondes) auxquels participe l'ONF à titre d'expert.	60	31 mars 2018
Participants présents	Nombre de participants à ces événements.	35 000	31 mars 2018
Films de l'ONF sélectionnés dans les festivals	Nombre de films de l'ONF sélectionnés dans les festivals canadiens et internationaux.	400	31 mars 2018

Faits saillants de la planification

Comme chaque année, les créateurs et les artisans de l'ONF seront présents sur la scène nationale et internationale des festivals pour faire connaître et faire vivre leurs nouvelles réalisations, ainsi que pour partager leur savoir et leur expérience. L'ONF souhaite renforcer sa présence auprès de l'industrie et dans la société canadienne et faire valoir la pertinence de rejoindre les Canadiens et Canadiennes avec du contenu innovateur.

Les célébrations du 150e anniversaire de la Confédération canadienne seront aussi au cœur des activités de l'ONF pour faire connaître ses œuvres avec notamment la présentation du projet *Legacy 150*. D'autres projets en développement viendront compléter notre contribution et l'ONF proposera une programmation spéciale sur ses plateformes numériques qui mettra en valeur le patrimoine audiovisuel canadien.

Les musées et les centres d'exposition
L'ONF élaborera une stratégie muséale afin d'accroître et d'optimiser ses engagements aux commémorations importantes, et d'être un partenaire de contenu de premier plan, en partageant notamment le patrimoine audiovisuel canadien et en élaborant de nouvelles activités de programmation ou éducatives.

Les communautés autochtones
L'ONF entend contribuer au rayonnement du renouveau de l'expression culturelle autochtone, notamment en mettant en valeur les œuvres récentes de cinéastes autochtones telles que *The Road Forward* de Marie Clements. Le nouveau coffret de six films *Unikkausivut – Nanuusivut*, le plus récent volet du projet de l'ONF de mise en valeur du patrimoine audiovisuel inuit, *Unikkausivut*, sera aussi l'occasion de faire rayonner la contribution inuite au patrimoine audiovisuel canadien.

Le Sommet de la découvrabilité
L'ONF sera un partenaire du Sommet de la découvrabilité organisé par le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications du Canada (CRTC), qui aura lieu à Toronto en mai 2016. L'objectif de ce sommet est d'explorer de nouvelles avenues pour rejoindre le public cible et des approches inédites pour présenter le contenu à ces auditoires et créer des liens pour les orienter vers le contenu qu'ils veulent voir. La découvrabilité est un enjeu directement lié à notre mandat de producteur et de distributeur public.

Services internes

Description

Les services internes sont des groupes d'activités et de ressources connexes qui sont gérés de façon à répondre aux besoins des programmes et des autres obligations générales d'une organisation. Les services internes comprennent uniquement les activités et les ressources destinées à l'ensemble d'une organisation et non celles fournies à un programme particulier. Les groupes d'activité sont les suivants : services de gestion et de surveillance, services des communications, services juridiques, services de gestion des ressources humaines, services de gestion des finances, services de gestion de l'information, services des technologies de l'information, services de gestion des biens immobiliers, services de gestion du matériel et services de gestion des acquisitions.

Ressources financières budgétaires (en dollars)

Budget principal des dépenses 2016-2017	Dépenses prévues 2016-2017	Dépenses prévues 2017-2018	Dépenses prévues 2018-2019
6 418 552	6 517 552	6 751 681	7 991 605

Ressources humaines (ETP)

2016-2017	2017-2018	2018-2019
51	51	51

Faits saillants de la planification

Favoriser les partenariats technologiques

L'ONF souhaite demeurer une référence en matière de numérisation de collections audiovisuelles, tant aux paliers fédéral, provinciaux et municipaux, au Canada, qu'à l'international. Il continuera cette année de développer des partenariats avec des intervenants traditionnels et non traditionnels du milieu de l'audiovisuel. Nos objectifs : l'échange d'expertise et de services, et la diversification des sources de revenus.

Rayonner à titre de chef de file en innovation technologique

Les équipes de Recherche et développement et Technologies de l'information de l'ONF poursuivront leurs activités de veille technologique, et le partage d'expertise et de meilleures pratiques avec les chefs de file de l'industrie des technologies audiovisuelles.

L'ONF contribue ainsi au rayonnement du savoir-faire canadien en la matière. En 2016-2017, nos ingénieurs et techniciens participeront encore à des événements d'envergure tels les conférences de la Society of Motion Picture & Television Engineers (SMPTE), National Association of Broadcasters (NAB), etc.

Engager le contenu des salles de conservation
L'engagé du matériel de tournage qui se trouve dans les salles de conservation compte parmi les projets en préparation au déménagement du siège social de l'ONF. Nos experts en conservation travailleront étroitement avec les responsables de la programmation durant ce processus, qui implique d'évaluer la valeur patrimoniale et commerciale du matériel de tournage. Le matériel ne correspondant pas aux critères de rétention sera éliminé conformément aux procédures en vigueur à l'ONF.

Effectuer un sondage de mobilisation auprès des employés
En tant qu'employeur distinct de la fonction publique fédérale, l'ONF ne participe pas au Sondage auprès des fonctionnaires fédéraux (SAFF) mené, tous les trois ans, par le Secrétariat du Conseil du Trésor. En prévision du déménagement de son siège social, l'ONF planifie mener son propre sondage en 2016-2017. À la manière du SAFF, celui-ci aura comme but de mesurer les opinions des employés concernant la mobilisation, le leadership et le milieu de travail.

Langues officielles
Au cours de l'année 2016-2017 l'ONF mettra en œuvre son nouveau plan d'action 2016-2018 des parties IV-V-VI et VII de la loi des langues officielles.

Développer un programme de la diversité
L'ONF a toujours eu comme objectif de travailler avec des créateurs et créatrices issus de différentes communautés canadiennes afin d'explorer une variété de modes narratifs et de refléter une diversité de points de vue et de réalités dans ses œuvres. La création d'un programme de gestion de la diversité est une priorité pour l'année 2016-2017, suivant le Plan stratégique 2013-2018 de l'ONF et le rapport de vérification de la Commission canadienne des droits de la personne sur l'équité en emploi. Ce dernier a permis de déterminer les forces et les opportunités d'amélioration au moment opportun. L'ONF entend donner suite aux constats de la Commission et mettre en application son nouveau plan d'action sur l'équité en matière d'emploi afin que son effectif soit plus représentatif de la diversité démographique et culturelle canadienne.

Section III : Renseignements supplémentaires

État des résultats condensé prospectif

L'état des résultats condensé prospectif donne un aperçu général des opérations de l'Office national du film. Les prévisions des renseignements financiers concernant les dépenses et les recettes sont préparées selon la méthode de comptabilité d'exercice pour renforcer la responsabilisation et améliorer la transparence et la gestion financière.

Étant donné que l'état des résultats condensé prospectif est préparé selon la méthode de comptabilité d'exercice, et que les montants des dépenses projetées et des dépenses prévues présentées dans d'autres sections du rapport sur les plans et les priorités sont établis selon la méthode de comptabilité axée sur les dépenses, les montants peuvent différer.

Un état des résultats prospectif plus détaillé et des notes afférentes, notamment un rapprochement des coûts de fonctionnement nets et des autorisations demandées, se trouve sur le site Web de l'Office national du film[1]

État des résultats condensé prospectif
Pour l'exercice prenant fin le 31 mars 2016
(en dollars)

Information financière	Résultats attendus 2015-2016	Résultats prévus 2016-2017[1]	Écart résultats prévus en 2016-2017 moins résultats attendus en 2015-2016
Total des charges	68 792 000	69 748 000	956 000
Total des revenus	3 740 000	5 063 000	1 323 000
Coût de fonctionnement net avant le financement et les transferts du gouvernement	**65 052 000**	**64 685 000**	**(367 000)**

Dépenses
Les dépenses d'opérations prévues de 2016-2017 s'établissent à 64 748 000 $ sont similaires à celles de 2015-2016 estimées à 64 792 000 $.

Revenus

L'ONF prévoit accroître ses revenus de 1 845 000 $. La hausse de ceux-ci provient d'un important partenariat en cours de discussion dans le marché de l'éducation. Par ailleurs, les marchés audiovisuels continuent leur transition vers le format numérique, la réduction des produits DVD n'étant que partiellement compensée par les ventes en formats numériques.

Tableaux de renseignements supplémentaires

Les tableaux de renseignements supplémentaires du *Rapport sur les plans et les priorités 2016-2017* sont disponibles sur le site Web de l'Office national du film[xi].

- Stratégie ministérielle de développement durable[xii].

Dépenses fiscales et évaluations

Il est possible de recourir au régime fiscal pour atteindre des objectifs de politique publique en appliquant des mesures spéciales telles que de faibles taux d'imposition, des exonérations, des déductions, des reports et des crédits. Le ministère des Finances Canada publie annuellement des estimations et des projections du coût de ces mesures dans une publication intitulée *Dépenses fiscales et évaluations*[xiii]. Les mesures fiscales présentées dans ladite publication relèvent de la responsabilité du ministre des Finances.

Section IV : Coordonnées de l'organisation

Office national du film
3155, chemin de la Côte-de-Liesse
Montréal (Québec) H4N 2N4
Canada

Planification stratégique et relations gouvernementales
rapports@onf-nfb.gc.ca
514-261-5849

Annexe : Définitions

architecture d'alignement des programmes : Répertoire structuré de tous les programmes d'un ministère ou organisme qui décrit les liens hiérarchiques entre les programmes et les liens aux résultats stratégiques auxquels ils contribuent.

cadre pangouvernemental : Schéma représentant la contribution financière des organisations fédérales qui dépendent de crédits parlementaires en harmonisant leurs programmes avec un ensemble de 16 secteurs de résultat pangouvernementaux de haut niveau regroupés sous 4 secteurs de dépenses.

cible : Niveau mesurable du rendement ou du succès qu'une organisation, un programme ou une initiative prévoit atteindre dans un délai précis. Une cible peut être quantitative ou qualitative.

crédit : Autorisation donnée par le Parlement d'effectuer des paiements sur le Trésor.

dépenses budgétaires : Les dépenses budgétaires comprennent les dépenses de fonctionnement et en capital; les paiements de transfert à d'autres ordres de gouvernement, à des organisations ou à des particuliers; et les paiements à des sociétés d'État.

dépenses législatives : Dépenses approuvées par le Parlement à la suite de l'adoption d'une loi autre qu'une loi de crédits. La loi précise les fins auxquelles peuvent servir les dépenses et les conditions dans lesquelles elles peuvent être effectuées.

dépenses non budgétaires : Recettes et décaissements nets au titre de prêts, de placements et d'avances, qui modifient la composition des actifs financiers du gouvernement du Canada.

dépenses prévues : En ce qui a trait aux rapports sur les plans et les priorités (RPP) et aux rapports ministériels sur le rendement (RMR), les dépenses prévues s'entendent des montants approuvés par le Conseil du Trésor au plus tard le 1er février. Elles peuvent donc comprendre des montants qui s'ajoutent aux dépenses prévues indiquées dans le budget principal des dépenses.

Un ministère est censé être au courant des autorisations qu'il a demandées et obtenues. La détermination des dépenses prévues relève du ministère, et ce dernier doit être en mesure de justifier les dépenses et les augmentations présentées dans son RPP et son RMR.

dépenses votées : Dépenses approuvées annuellement par le Parlement à la suite de l'adoption d'une loi de crédits. Le libellé du crédit régit les conditions dans lesquelles ces dépenses peuvent être effectuées.

équivalent temps plein : Mesure utilisée pour déterminer dans quelle mesure un employé représente une année-personne complète dans le budget ministériel. L'équivalent temps plein est calculé en fonction du coefficient des heures de travail assignées et des heures normales de travail. Les heures normales de travail sont établies dans les conventions collectives.

indicateur de rendement : Moyen qualitatif ou quantitatif de mesurer un extrant ou un résultat en vue de déterminer le rendement d'une organisation, d'un programme, d'une politique ou d'une initiative par rapport aux résultats attendus.

plan : Exposé des choix stratégiques qui montre comment une organisation entend réaliser ses priorités et obtenir les résultats connexes. De façon générale, un plan explique la logique qui sous-tend les stratégies retenues et tend à mettre l'accent sur des mesures qui se traduisent par des résultats attendus.

priorité : Plan ou projet qu'une organisation a choisi de cibler et dont elle rendra compte au cours de la période de planification. Il s'agit de ce qui importe le plus ou qui doit être fait en premier pour appuyer la réalisation du ou des résultats stratégiques souhaités.

production de rapports sur le rendement : Processus de communication d'information sur le rendement fondée sur des éléments probants. La production de rapports sur le rendement appuie la prise de décisions, la responsabilisation et la transparence.

programme : Groupe d'intrants constitué de ressources et d'activités connexes qui est géré pour répondre à des besoins précis et pour obtenir les résultats visés, et qui est traité comme une unité budgétaire.

programme temporisé : Programme ayant une durée fixe et dont le financement et l'autorisation politique ne sont pas permanents. Ce programme est aussi appelé programme à durée temporaire ou programme à élimination graduelle. Lorsqu'un tel programme arrive à échéance, une décision doit être prise quant à son maintien. Dans le cas d'un renouvellement, la décision précise la portée, le niveau de financement et la durée.

rapport ministériel sur le rendement : Rapport traitant des réalisations concrètes d'une organisation qui dépend de crédits parlementaires au regard des plans, des priorités et des résultats attendus exposés dans le rapport sur les plans et les priorités correspondant. Ce rapport est déposé au Parlement à l'automne.

rapport sur les plans et les priorités : Rapport fournissant des renseignements au sujet des plans et du rendement prévu sur trois ans d'une organisation qui dépend de crédits parlementaires. Ces rapports sont déposés au Parlement chaque printemps.

rendement : Utilisation qu'une organisation a faite de ses ressources en vue d'obtenir ses résultats, mesure dans laquelle ces résultats ses comparent à ceux que l'organisation souhaitait obtenir, et mesure dans laquelle les leçons apprises ont été cernées.

résultat : Conséquence externe attribuable en partie aux activités d'une organisation, d'une politique, d'un programme ou d'une initiative. Les résultats ne relèvent pas d'une organisation, d'une politique, d'un programme ou d'une initiative unique, mais ils s'inscrivent dans la sphère d'influence de l'organisation.

résultat stratégique : Avantage durable et à long terme pour les Canadiens qui est rattaché au mandat, à la vision et aux fonctions de base d'une organisation.

résultats du gouvernement du Canada : Ensemble de 16 objectifs de haut niveau établis pour l'ensemble du gouvernement et regroupés selon 4 secteurs de dépenses : affaires économiques, affaires sociales, affaires internationales et affaires gouvernementales.

Structure de la gestion, des ressources et des résultats : Cadre exhaustif comprenant l'inventaire des programmes, des ressources, des résultats, des indicateurs de rendement et de l'information de gouvernance d'une organisation. Les programmes et les résultats sont présentés d'après le lien hiérarchique qui les unit, et les résultats stratégiques auxquels ils contribuent. La Structure de la gestion, des ressources et des résultats découle de l'architecture d'alignement des programmes.

Notes de fin de document

i. *http://lois.justice.gc.ca/fra/lois/N-8/page-1.html*
ii. **http://laws-lois.justice.gc.ca/fra/lois/F-11/**
iii. http://laws-lois.justice.gc.ca/fra/lois/a-1/
iv. **http://laws-lois.justice.gc.ca/fra/lois/P-21/**
v. http://laws-lois.justice.gc.ca/fra/lois/O-3.01/
vi. http://laws.justice.gc.ca/fra/lois/C-18.7/
vii. **Site web du Premier ministre du Canada**, http://pm.gc.ca/fra/lettres-de-mandat-des-ministres
viii. **Cadre pangouvernemental**, http://www.tbs-sct.gc.ca/cons-cpd/wgf-cpp-fra.asp
ix. **Budget principal des dépenses 2016-2017**, http://www.tbs-sct.gc.ca/hgw-cgf/finances/pgp-pdg/gxpmc-pdgbpd/index-fra.asp
x. **Office national du film, États financiers prospectifs 2016-2017**
http://onf-nfb.gc.ca/fr/onf-etats-financiers-prospectifs-2016-2017.pdf
xi. **Office national du film, Rapport sur les plans et priorités 2016-2017**, http://www.onf-nfb.gc.ca/fr/rpp2016-2017
xii. *Tableau de renseignements supplémentaires, Stratégie de développement durable*, **http://onf-nfb.gc.ca/fr/a-propos-de-lonf/publications/publications-institutionnelles/rapport-sur-les-plans-et-priorites-2016-2017/tableau-strategie-ministerielle-de-developpement-durable-2016-2017**
xiii. *Dépenses fiscales et évaluations*, http://www.fin.gc.ca/purl/taxexp-fra.asp